

ANALISIS STRATEGI SWOT UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MIE SOUN GELANG INDAH CILACAP

Diyah Mumpuni

Pendidikan Ekonomi, FKIP

Universitas Muhammadiyah Purworejo

dia_dia_21@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan analisis strategi SWOT dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap. Penelitian dilaksanakan pada Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap pada tanggal 4 Mei sampai dengan 17 Mei tahun 2013. Data dikumpulkan melalui observasi dan interview dan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap. Analisis SWOT membantu perusahaan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan, dari 78.965 kilogram menjadi 88.056 kilogram. Hasil dari analisis matrik IE menunjukkan bahwa Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap berada pada sel V yaitu posisi strategi hold dan mentain (mempertahankan dan pelihara). Strategi yang diterapkan adalah *market penetration* dan *product development*.

Kata Kunci: SWOT, Volume Penjualan

A. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat agar diperoleh laba yang cukup besar. Hal ini sejalan dengan pendapat Masykur Wiratmo (1992: 5) yang menyatakan bahwa “tujuan perusahaan adalah memaksimumkan penjualan, memaksimumkan laba, dan lain-lain. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen, tentu akan mengalami pengurangan volume penjualan.

Persaingan yang semakin ketat menuntut adanya strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Strategi adalah “suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan tersebut” (Basu Swastha dan Irawan, 2008: 67). Dalam merumuskan strategi pemasaran dibutuhkan pendekatan-pendekatan analitis

dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam perusahaan agar perusahaan mampu menghadapi perubahan lingkungan internal maupun eksternal.

Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran untuk wilayah Cilacap dan sekitarnya. Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa perkembangan perusahaan Mie Soun dari tahun ke tahun semakin pesat. Hal itu dikarenakan beberapa pendukung, antara lain kualitas produk, distribusi, manajerial, dan sebagainya. Namun demikian, perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap hanya memiliki satu jenis produk dengan harga yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan perusahaan lain. Di samping itu, promosi yang dilakukan oleh perusahaan saat ini masih kurang efektif. Hal itu tentu dapat menimbulkan masalah dalam pemasaran mengingat banyaknya produk sejenis yang ada di pasaran. Dan pada akhirnya berdampak pada volume penjualan.

Agar dapat bersaing, perusahaan harus memiliki strategi-strategi tertentu untuk mengetahui segi positif dan segi negatif di dalam perusahaan dengan menggunakan analisa SWOT. Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategi perusahaan (John A. Pearce, 2007: 200). Analisis SWOT merupakan identifikasi akan faktor eksternal dan internal dan strategi yang mencerminkan bandingan antara keduanya. Hal ini didasarkan pada logika bahwa strategi yang efektif adalah memaksimalkan kekuatan dan peluang bisnis, namun pada waktu yang bersamaan meminimumkan kelemahan dan ancaman yang ada.

Permasalahan yang akan dikaji adalah “apakah analisis strategi SWOT dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap?”. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penggunaan analisis strategi

SWOT dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap.

Penelitian ini didasari oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Teguh Budiono (2005) tentang Analisis Strategi SWOT pada Perusahaan Kue TIP TOP Purworejo. Dari penelitian tersebut diperoleh kesimpulan dengan menggunakan analisis SWOT maka perusahaan tersebut mempunyai peluang eksternal yang cukup besar, sedangkan variabel internal mempunyai kekuatan-kekuatan pada bahan produksi, manajer atau pemimpin, kualitas produk, distribusi, lokasi perusahaan, armada penjualan, dan tenaga penjualan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Mie Soun Cilacap. Tepatnya di desa Mujur, kecamatan Kroya, kabupaten Cilacap. Data dikumpulkan dengan metode observasi dan interview. Dalam observasi penulis melakukan pengamatan kegiatan usaha yang ada pada perusahaan Mie Soun Cilacap selama kurang lebih dua minggu pada bulan Mei tahun 2013. Adapun dalam interview penulis melakukan wawancara dengan pemimpin dan karyawan perusahaan Mie Soun Cilacap.

Analisis data dilakukan secara deskriptif, yaitu analisis yang digunakan untuk menarik suatu kesimpulan yang berupa uraian-uraian atau pendapat dari data yang diperoleh atau dikumpulkan. Dalam hal ini penulis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT ini untuk mempertimbangkan dan menganalisa beberapa faktor baik berupa faktor intern atau faktor ekstern.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil diketahui bahwa volume penjualan pada perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap secara umum cukup baik. Hampir di setiap bulan mengalami peningkatan, hanya pada bulan Juni, Agustus dan November volume penjualan menurun. Data tentang volume penjualan pada tahun 2012 disajikan pada tabel berikut.

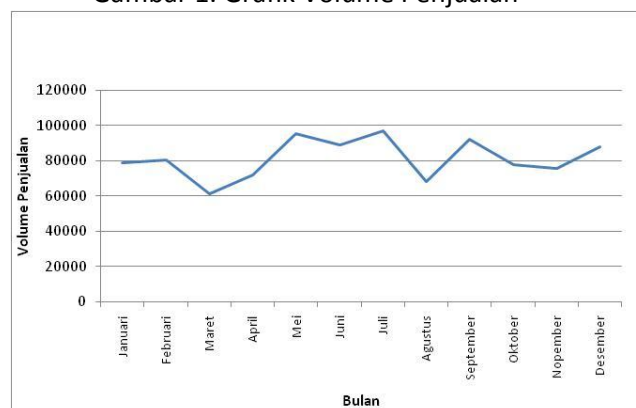
Table 1. Volue Penjualan Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap Tahun 2012

No	Bulan	Penjualan	
		(Kg)	(Rp)
1	Januari	78.965	869.269.600
2	Februari	80.599	878.433.500
3	Maret	61.430	666.157.900
4	April	72.111	935.539.500
5	Mei	95.419	1.057.785.550
6	Juni	88.856	979.586.100
7	Juli	96.669	1.061.197.800
8	Agustus	67.978	752.621.900
9	September	92.047	787.750.100
10	Oktober	77.945	850.704.100
11	November	75.374	817.685.400
12	Desember	88.056	966.429.900
		975.449	10.623.161.350

Sumber: Data perusahaan.

Untuk mengetahui kenaikan atau penurunan volume penjualan setiap bulannya, dapat dilihat pada grafik berikut.

Gambar 1. Grafik Volume Penjualan



Kekuatan yang dimiliki Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap adalah: a) bahan produksi mudah diperoleh; b) manajer atau pimpinan; c) kualitas produk; d) distribusi; e) lokasi perusahaan; f) armada penjualan; dan g) tenaga kerja. Adapun kelemahannya adalah: a) sumber daya manusia; b) satu jenis produk; c) harga cukup mahal; dan d) iklan kurang efektif dan efisien. Peluang yang dimiliki dimiliki Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap antara

lain: a) perubahan selera konsumen sangat baik; dan b) peningkatan daya beli konsumen. Adapun ancamannya yaitu: a) banyaknya produk yang sejenis atau pesaing; dan b) rendahnya pengetahuan masyarakat.

Dari hasil perhitungan skor faktor internal dan eksternal perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap, diperoleh rerata skor faktor internal sebesar 2,53 dan faktor eksternal sebesar 2,46. Selanjutnya kedua skor tersebut digunakan untuk mengetahui posisi strategis perusahaan dengan menggunakan matrik IE sebagai berikut.

Gambar 2. Matrik IE Perusaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap

		Total nilai IFE		
		Kuat 3,0-4,0	Rata-rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Tinggi 3,0-4,0	4,0			
	3,0	I	II	III
	2,0	IV	V	VI
Sedang 2,0-2,99	2,0			
	1,0	VII	VIII	IX
Rendah 1,0-1,99	1,0			
	0,0			

Sumber: Data diolah

Hasil dari analisis matrik IE diatas menunjukkan bahwa Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap berada pada sel V, yang berarti bahwa Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap memiliki alternatif strategi hold and maintain (mempertahankan dan pelihara). Strategi tersebut berfokus pada usaha untuk mempertahankan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan dan memanfaatkannya untuk meraih peluang yang ada. Market penetration dan product development merupakan strategi yang biasa diterapkan oleh perusahaan-perusahaan pada posisi ini. Market penetration bertujuan untuk memperbesar pangsa pasar dengan usaha pemasaran yang maksimal, sedangkan product development bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara meningkatka dan memodifikasi ragam produk yang sudah ada.

Hasil analisis SWOT yang telah dilakukan membantu perusahaan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Hal itu digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Strategi yang disusun berdasarkan analisis SWOT tersebut terbukti dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap. Analisis SWOT membantu perusahaan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Hal itu digunakan untuk menyusun strategi yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Hasil dari analisis matrik IE menunjukkan bahwa Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap berada pada posisi strategi hold dan mentain (mempertahankan dan pelihara). Strategi yang diterapkan adalah Market penetration dan product development.

Untuk mengoptimalkan penerapan analisis SWOT dengan baik dan berdasarkan hasil analisis peneliti, akan ada beberapa saran yang perlu menjadi pertimbangan antara lain:

1. Perlu adanya peningkatan dalam penerapan analisis SWOT agar volume penjualan dapat ditingkatkan secara optimal khususnya dalam menganalisis peluang yang ada.
2. Promosi perlu digalakkan lagi dengan jalan mengiklankan produk dan memperkuat jaringan bisnis.
3. Perlu melakukan penelitian untuk mengembangkan berbagai model produk agar produk yang ditawarkan semakin beragam.
4. Strategi penjualan yang dilakukan lebih diperbanyak lagi, dan tidak sekedar hanya sebatas strategi tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Pearce A. John. 2007. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Teguh Budiono. 2005. *Analisis Strategi SWOT pada Perusahaan Kue TIP TOP Purworejo*. Skripsi. UMP

